

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI NINET SKINCARE MENGGUNAKAN MODEL RATIONAL UNIFIED PROCESS (RUP) BERBASIS WEB

Diyah Ruri Irawati¹, Kokoy Rokoyah², Yudi Irawan Chandra^{3*}

^(1,2,3)STMIK Jakarta STI&K, Jl. BRI No. 17 Radio Dalam, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan

¹diyah.ruri@gmail.com, ²kokoyrokoyah65@gmail.com, ³yirawanc@gmail.com

*Corresponding Author

ABSTRAK

Kaum hawa khususnya di Indonesia saat ini banyak mengikuti trend merawat diri, akan tetapi tidak semua brand cocok dikarenakan produknya yang ternyata illegal atau kurangnya informasi mengenai produk. Di era digitalisasi saat ini penggunaan internet sangat bermanfaat bagi masyarakat untuk mendapat informasi lebih mudah. Penggunaan teknologi ini didukung dengan platform gadget seperti desktop atau smartphone. Ada dua media yang dapat digunakan untuk penyampaian informasi seperti sosial media dan website. Tetapi tidak semua pengguna internet menggunakan sosial sebagai media penambah informasi. Oleh karena itu digunakannya website sebagai medianya. Perancangan media promosi Ninet Skincare menggunakan model Fountain berbasis web menghadirkan strategi inovatif dalam membangun citra merek. Pendekatan ini memanfaatkan keunggulan model Fountain yang memungkinkan alur informasi yang terus mengalir, menciptakan pengalaman pengguna yang menarik dan informatif. Desain web responsif memastikan aksesibilitas optimal dari berbagai perangkat, meningkatkan keterlibatan pengguna. Media promosi ini memfokuskan pada konten visual yang menarik, menampilkan produk-produk unggulan Ninet Skincare secara menyeluruh. Integrasi fitur interaktif, seperti kuis kecantikan dan tutorial perawatan kulit, memberikan pengalaman partisipatif bagi pengguna, meningkatkan keterlibatan dan kesan positif terhadap merek. Model Fountain memungkinkan penyesuaian konten secara dinamis berdasarkan preferensi pengguna, mempersonalisasi pengalaman promosi. Dengan penekanan pada keberlanjutan dan nilai-nilai merek, media promosi ini juga menyajikan informasi tentang praktik ramah lingkungan yang diadopsi oleh Ninet Skincare. Secara keseluruhan, perancangan media promosi Ninet Skincare mengusung konsep inovatif dan interaktif, menciptakan platform web yang tidak hanya mempromosikan produk, tetapi juga membangun hubungan yang kuat antara merek dan konsumen.

Keyword: *Penjualan Online, Media Promosi, Model Rational Unified Process, Web*

I. PENDAHULUAN

Di era modern saat ini perawatan kulit sudah menjadi suatu kebutuhan masyarakat banyak terutama bagi kaum hawa. Perawatan kulit merupakan suatu rangkaian kegiatan yang bertujuan memperbaiki tekstur dan kesehatan kulit pada setiap pasiennya. Perawatan kulit ini juga memiliki beberapa jenis khususnya pada perawatan kulit wajah yaitu, jenis kulit berjerawat, kulit kusam dan anti-aging (penuaan kulit). Dengan maraknya kebutuhan perawatan kulit yang ada di Indonesia pada saat ini, mulai bermunculan klinik-klinik kecantikan kulit yang menawarkan berbagai macam perawatan tubuh dan wajah yang sesuai dengan kebutuhan kulit pasien tersebut. Salah satunya adalah produk yang ditawarkan oleh Ninet Skincare. Ninet Skincare sendiri merupakan salah satu klinik kecantikan yang menawarkan berbagai macam perawatan kulit wajah dan tubuh yang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan diri pasien tersebut. Karena tentunya semua orang pasti ingin selalu tampil lebih baik dan cantik. Perawatan kulit merupakan suatu kebutuhan yang dimana saat ini para wanita mulai menyadari dan memahami akan kesehatan kulit yang tentunya akan meningkatkan kepercayaan diri dan berpenampilan lebih baik [1].

Menurut berita yang ditulis dalam portal berita Satu dan data yang disampaikan oleh BPOM pada hari Minggu, 17 Mei, 2020 oleh KEMENKES, terkait kosmetik legal pada era ini penyampaian informasi yang tepat pada media dapat membangun kepercayaan kepada konsumen. Selain terpercaya, konsumen pastinya ingin mendapatkan akses yang mudah dalam mendapatkan informasi apalagi jika bisa sekaligus mendapatkan barang yang diinginkan [2]. Saat ini toko-toko yang berada di pinggir jalan sekarang memilih membuka toko online agar dapat meraih atau menggapai para konsumen agar lebih dekat. Sebagai negara yang terletak di wilayah Asia Pasifik, Indonesia menjadi bagian dari 4,3 milyar total penduduk di wilayah ini. Separuh lebih dari populasi tersebut, sekitar 56% atau 2,42 milyar di antaranya sudah mendapatkan akses internet. Dan tepat separuhnya, yakni sekitar 2,14 milyar penduduk telah menggunakan sosial media.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi muda di antara negara-negara dunia. Berdasarkan peringkat yang ada, rata-rata penduduk Indonesia berusia 29,7 tahun. Angka ini di bawah rata-rata dunia yang berusia 30,9 tahun. Populasi yang masih cukup muda memberikan peluang bagi Indonesia untuk bisa lebih berkembang di dunia teknologi digital karena mayoritas penggunanya adalah anak-anak muda, Maka dari itu di masa yang akan datang penggunaan media internet akan jauh lebih besar dari beberapa tahun sebelumnya [3], [4].

Promosi adalah sebuah kegiatan berkomunikasi didalam perusahaan untuk menawarkan atau menjual produk dan jasa kepada masyarakat. Kegiatan ini bertujuan agar masyarakat dapat berminat membeli atau menggunakan produk dan jasa yang perusahaan tawarkan. Oleh karena itu Ninet Skincare sebagai badan usaha yang bergerak dibidang kecantikan sudah memiliki pengalaman karena sudah berdiri sejak tahun 2019. Sebagai badan usaha yang tengah berkembang, pastinya ingin memberi kepercayaan dan kemudahan bagi konsumen agar dapat terus terkoneksi [5].

Saat ini di era modern, pengguna produk kecantikan untuk merawat kulit sangat banyak tetapi produk tersebut terkadang mengandung bahan yang berbahaya dan juga palsu. Konsumen juga belum banyak mendapatkan edukasi atau informasi tentang produk-produk Ninet Skincare. Di Ninet skincare belum tersedianya media promosi dan media pemesanan barang berbasis website.

Saat ini proses promosi pada produk kecantikan di Ninet Skincare belum terupdate semua secara online, sehingga Para konsumen juga belum banyak mendapatkan edukasi atau informasi tentang produk-produk yang belum lulus uji bersertifikasi Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM). Ninet Skincare ingin memberikan edukasi dan juga ingin menginformasikan serta memberi kemudahan untuk melakukan pemesanan melalui website Ninet Skincare. Tujuannya untuk membangun kepercayaan antara konsumen dan produsen.

Berdasarkan latar belakang yang ada, rumusan masalah yang dibahas dalam penulisan ini adalah :

- 1 Bagaimana merancang suatu website untuk memberikan informasi mengenai produk Ninet Skincare
- 2 Bagaimana merancang website untuk memasarkan produk Ninet Skincare.
- 3 Bagaimana merancang website untuk melakukan pemesanan produk Ninet Skincare secara online

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1 Membuat suatu aplikasi yang digunakan untuk memberikan informasi tentang kulit dan pemakaian produk yang sesuai dengan kebutuhannya.
- 2 Membuat suatu media yang digunakan untuk mempromosikan dan memasarkan.
- 3 Membuat suatu media pemesanan barang secara berbasis website

Batasan masalah pada penulisan ini adalah membangun sebuah media berbasis online yang berfungsi untuk memberikan informasi dan edukasi kepada konsumen, media promosi produk dan pemesanan barang berbasis website. Berdasarkan latar belakang di atas yang menjelaskan bahwa penggunaan media Internet dalam memberikan informasi dan promosi maka media yang digunakan adalah berbasis website yang merupakan media utama. Tampilan hanya berbentuk desktop sebagai platform yang dapat mengakses media utamanya

II. METODOLOGI PENELITIAN

Pada gambar 1 menunjukkan skema bagan alir dalam tahapan penelitian tentang pembuatan aplikasi ini: [6]



Gambar 1. Langkah-langkah metodologi penelitian

Penulisan ini menggunakan sejumlah strategi yang berkaitan dengan topik yang dibahas, seperti berikut ini: [7]

1 Wawancara

Wawancara atau sesi tanya jawab, dengan fokus pada isu-isu seperti tantangan atau hal-hal spesifik.

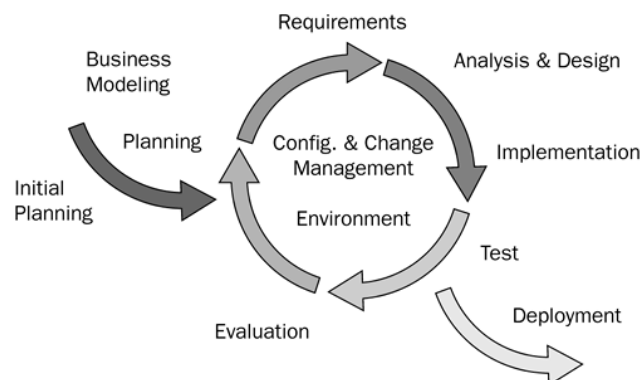
2 Observasi

Melakukan observasi atau pengamatan secara langsung di lapangan atau di tempat yang bersangkutan dengan topik penulisan.

3 Studi Pustaka

Membaca buku-buku yang berkaitan dengan topik penulisan ataupun dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan permasalahan.

Model Rational Unified Process (RUP) adalah suatu metode pengembangan perangkat lunak yang menyediakan kerangka kerja (framework) untuk mengorganisir dan melaksanakan pekerjaan pengembangan perangkat lunak [8], [9]. RUP dikembangkan oleh Rational Software Corporation (sekarang bagian dari IBM) dan menjadi populer sebagai pendekatan pengembangan berbasis objek yang memiliki fokus pada manajemen proyek dan kualitas produk, terlihat pada gambar 2 berikut: [10]



Gambar 2. Bagan Model Rational Unified Process (RUP)

Berikut adalah beberapa karakteristik utama dari Model Rational Unified Process (RUP):

- 1 Berbasis Objek: RUP mendukung pengembangan perangkat lunak berbasis objek, di mana sistem dianggap sebagai kumpulan objek yang berinteraksi satu sama lain.
- 2 Iteratif dan Inkremental: RUP menganut pendekatan iteratif dan inkremental dalam pengembangan perangkat lunak. Prosesnya dipecah menjadi serangkaian iterasi dan setiap iterasi menghasilkan inkremental tambahan pada fungsionalitas sistem.
- 3 Fase-Fase Pengembangan: RUP terdiri dari empat fase utama:
 - a Inception (Pembentukan): Pada tahap ini, tujuan dan batasan proyek didefinisikan dengan jelas.
 - b Elaboration (Penguraian): Analisis dan perancangan sistem dilakukan secara lebih rinci.
 - c Construction (Konstruksi): Implementasi sistem dilakukan.
 - d Transition (Transisi): Sistem diserahkan kepada pengguna atau pelanggan.
- 4 Disiplin dan Artefak: RUP memiliki disiplin (disciplines) yang mencakup aktivitas-aktivitas pengembangan seperti analisis bisnis, manajemen proyek, pengujian, dan pemeliharaan. Setiap disiplin menghasilkan artefak, yaitu dokumen atau model yang merepresentasikan hasil dari aktivitas tersebut.
- 5 Arsitektur-Centric: RUP menempatkan penekanan khusus pada peran arsitektur perangkat lunak. Arsitektur sistem dikembangkan dan dijaga dengan cermat sepanjang siklus pengembangan.
- 6 Orientasi Pada Risiko: RUP mengelola risiko proyek dengan cara mengidentifikasi dan menangani risiko-risiko potensial sejak awal. Ini membantu dalam mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan peluang keberhasilan proyek.
- 7 Berbasis Dokumen: RUP menghasilkan sejumlah besar dokumen sebagai bagian dari artefak pengembangan, seperti spesifikasi kebutuhan, desain sistem, dan dokumentasi pengujian.

Penerapan RUP biasanya disesuaikan dengan kebutuhan spesifik proyek. Metode ini telah memberikan kontribusi besar terhadap pengembangan perangkat lunak berbasis objek dan telah menjadi dasar bagi banyak kerangka kerja dan metodologi pengembangan modern [11].

Kelebihan Model RUP :

- 1 Ada beberapa keuntungan dengan menggunakan RUP di antaranya
- 2 Menyediakan akses yang mudah terhadap pengetahuan dasar bagi anggota tim.
- 3 Menyediakan petunjuk bagaimana menggunakan UML secara efektif.
- 4 Mendukung proses pengulangan dalam pengembangan software
- 5 Memungkinkan adanya penambahan-penambahan pada proses..
- 6 Memungkinkan untuk secara sistematis mengontrol perubahan- perubahan yang terjadi pada software selama proses pengembangannya.
- 7 Memungkinkan untuk menjalankan test case dengan menggunakan Rational TestManager Tool

Kekurangan Model RUP :[12]

Metodologi ini hanya dapat digunakan pada pengembangan perangkat lunak yang berorientasi objek dengan berfokus pada UML (Unified Modeling Language)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah langkah-langkah dalam pembangunan aplikasi media promosi Ninet Skincare menggunakan Model Rational Unified Process berbasis web :

3.1. Planning and Requirement

Dalam penerapan penggunaan sistem yang dibuat, digunakan perangkat keras dan perangkat lunak antara lain :

1. Perangkat Keras

Hardware merupakan sarana fisik untuk menghasilkan data, program dan keluaran. Spesifikasi perangkat keras yang digunakan sebagai pendukung server dalam menjalankan aplikasi ini yaitu :

- a. Processor : Intel Core i7
- b. Memori : 16.0GB Dual-Channel
- c. HardDisk : 2794GB Seagate dan 931GB Seagate
- d. Monitor : 1920x1080 pixels
- e. Keyboard 108 keys
- f. Mouse : Optic PS/2

2. Perangkat lunak

Dalam pengembangan aplikasi ini penulis menggunakan perangkat lunak dengan spesifikasi sebagai berikut :

- a. Sistem Operasi : Windows 7 Ultimate
- b. Paket Program :
 - XAMPP (Apache, MySQL)
 - Bootstrap 5.0
 - Notepad++
 - Google Chrome, Mozilla Firefox, Mozilla Firefox Developer.

3.2. Analisis and Design

Perancangan Produksi

Pada perancangan ini, tentunya akan berfokus pada pembuatan website untuk tujuan penjualan dan juga pemasaran produk, dan pada perancangan ini juga perancang akan menyisipkan pemberian informasi sebagai mengenai produk dan juga tips-tips sesuai tujuan perancangan karya. Pada prosesnya, perancang akan menentukan bagaimana website ini didesain, mulai dari layouting, pemilihan warna dan juga icon.

Persiapan Produksi

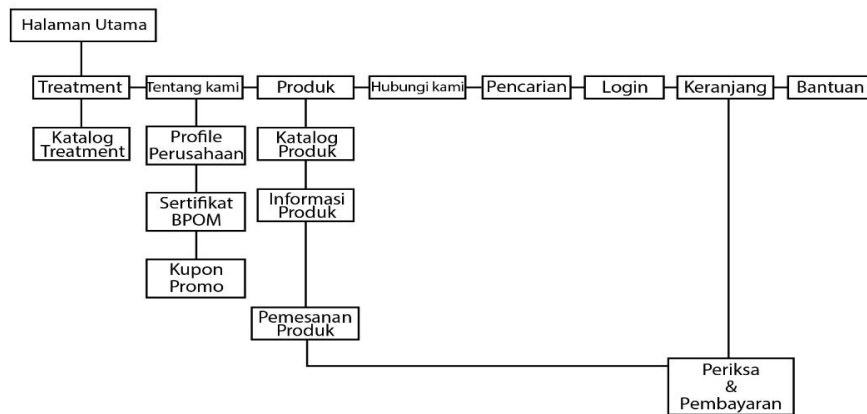
Tahap persiapan produksi pada perancangan media pemasaran produk untuk Ninet Skincare, perancang mempersiapkan media-media yang akan digunakan yaitu berupa desktop yang akan digunakan dalam perancangan, serta juga sketsa dan konsep yang telah dipersiapkan oleh perancang. Persiapan ini sangat penting dalam proses perancangan karya, sehingga dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu proses produksi perancangan media promosi produk Ninet Skincare.

Pra-produksi

Tahap ini dilakukan sebelum memasuki proses tahap produksi. Pada tahap proses perancangan melakukan beberapa tahapan yang akan diterapkan, sehingga dapat berjalan sesuai dengan konsep yang sudah dibuat

Struktur Navigasi

Langkah pertama dalam proses pra-produksi perancangan media promosi produk Ninet Skincare membuat struktur navigasi untuk website dengan tujuan mengetahui alur atau struktur website. Berikut struktur navigasi untuk perancangan media promosi produk Ninet Skincare. Gambar 3 menunjukkan konsep website pada perancangan pemasaran produk ini yaitu web yang statis dan beberapa page, dimana header website ini akan berisikan page seperti Beranda, treatment, tentang kami, produk, hubungi kami, login dan keranjang. Kemudian fitur pembayaran sebagai fitur berbelanja pada website.



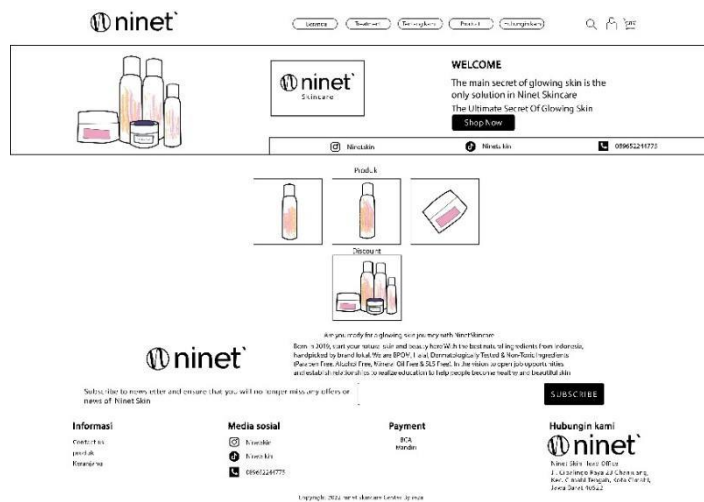
Gambar 3. Struktur Navigasi Aplikasi

Keterangan:

- 1 Treatment
Menu ini berisikan katalog treatment yang dapat di lihat pada konsumen atau pengunjung website.
- 2 Tentang kami
Bagian ini berisikan tentang singkat perusahaan dan juga banner produk and informasi produk, sertifikat BPOM dan discount produk
- 3 Produk
Menu ini berisikan katalog produk yang dapat dilihat oleh konsumen atau pengunjung website
- 4 Katalog produk : Pada bagian ini yaitu setelah menu produk di tekan “ See more” kemudian diarahkan ke bagian macam-macam produk yang mengasih tau informasi produk yang di jual atau di tawarkan oleh perusahaan
- 5 Hubungi kami
Pada bagian contact us ini yaitu berfungsi untuk calon customer agar dapat menanyakan produk kepada admin Ninet Skincare
- 6 Login
Bagian ini berada pada header website dimana konsumen harus mengisi form tersebut sebelum berbelanja
- 7 Chekout
Pada bagian checkout ini akan terjadi transaksi jual beli di website yang terbentuk. Pengunjung sudah selesai memilih produk yang akan dibeli dari website
- 8 Payment dan pembayaran
Pada bagian ini terhubung setelah pembelian barang di mana nantinya untuk melalukan pembayaran lewat bank
- 9 Bantuan
Bagian ini berbentuk ekstensi yang langsung tersambung ke nomor customer service perusahaan

Rancangan Desain

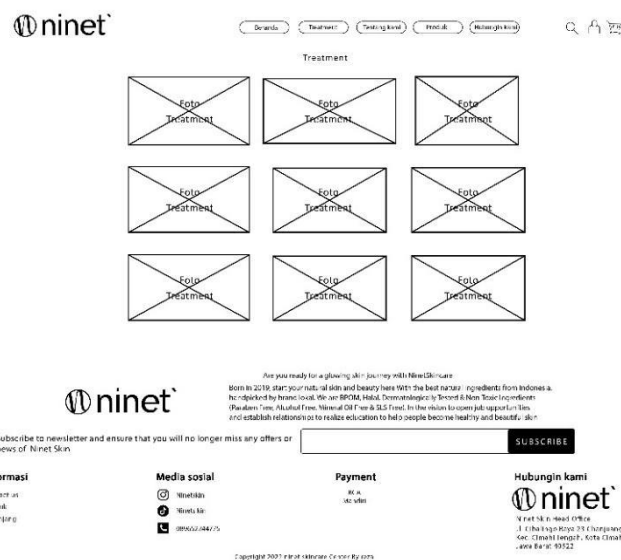
- 1 Rancangan Halaman Utama
Tampilan halaman utama web tersebut berisi informasi tentang Produk Ninet Skincare, terlihat pada gambar 4.



Gambar 4. Rancangan Halaman Utama

2 Rancangan Detail Halaman Utama

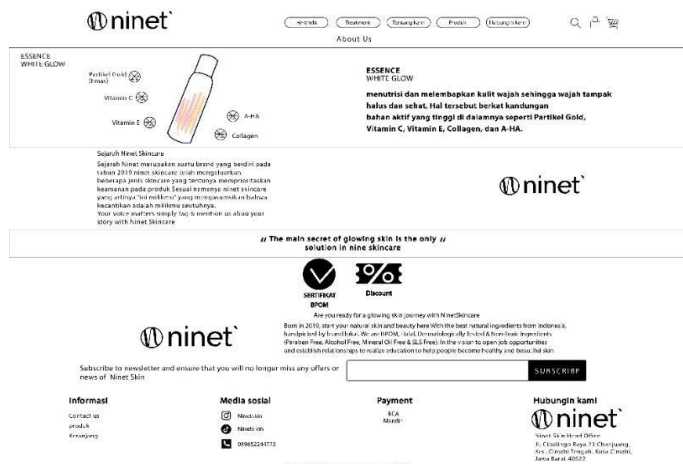
Pada bagian home berisi banner produk, Produk, discount, footer. Setelah navigasi pada bagian Treatment serta halaman-halaman yang terhubung nantinya ke Treatment, terlihat pada gambar 5.



Gambar 5. Rancangan Detail Halaman Utama

3 Rancangan Halaman Tentang Kami

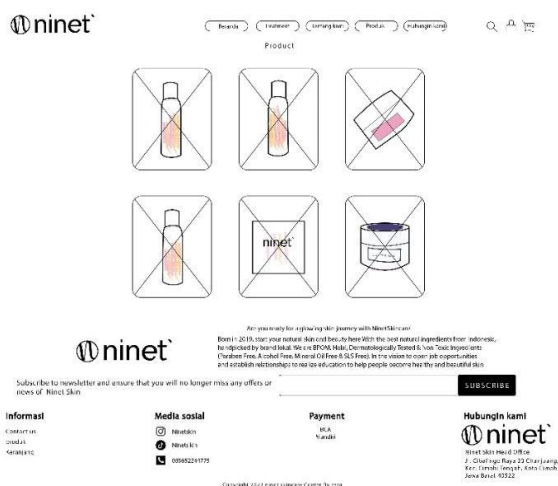
Halaman ini berisi informasi tentang sejarah brand Ninet Skincare berdiri, kemudian setelah membuka sejarah brand ninet menampilkan sebuah logo informasi dan gambar yang sudah berkerja sama dengan BPOM dan logo Promo berupa informasi Sertifikat dan Discount, terlihat pada gambar 6.



Gambar 6. Rancangan Halaman Tentang Kami

4 Rancangan Halaman Produk

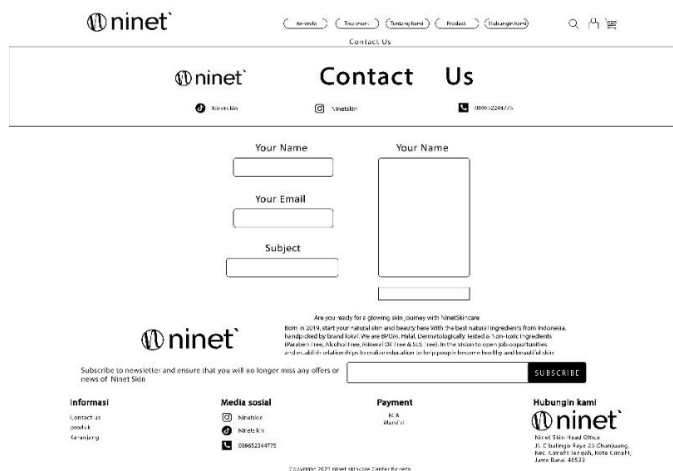
Halaman ini berisi informasi produk Ninet yang di salurkan ke education produk yang disesuaikan jenis kulit wajah, terlihat pada gambar 7.



Gambar 7. Rancangan Halaman Produk

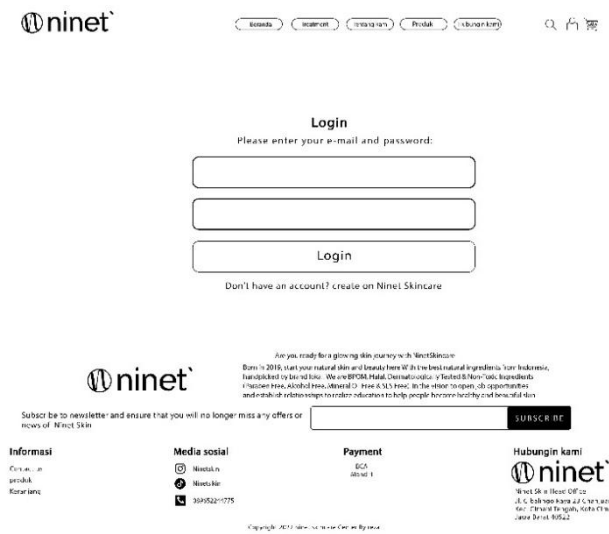
5 Rancangan Halaman Contact Us

Halaman ini berisi tampilan untuk mengisi form data customer, permasalahan kulit customer, keluhan kulit yang di alami oleh customer, terlihat pada gambar 8.



Gambar 8. Rancangan Halaman Contact Us

6 Rancangan Halaman Login
Menampilkan halaman *login* untuk para konsumen, terlihat pada gambar 9.



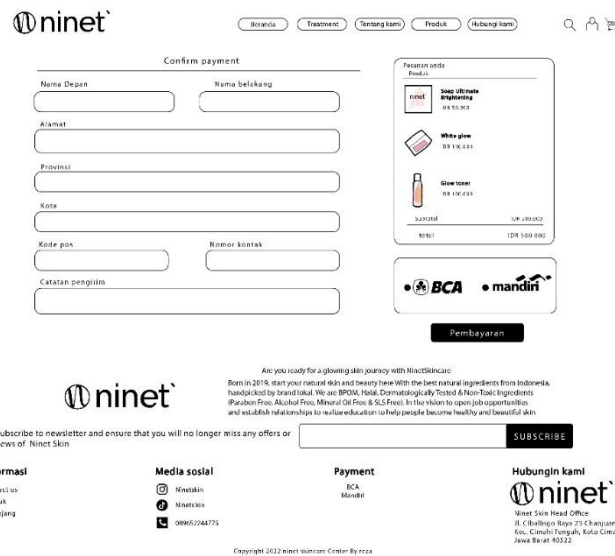
Gambar 9. Rancangan Halaman Login

7 Rancangan Halaman Keranjang
Halaman ini menampilkan sebuah navigasi untuk memasukan barang yang di inginkan kedalam keranjang yang disalurkan ke *checkout*, terlihat pada gambar 10.



Gambar 10. Rancangan Halaman Keranjang

8 Rancangan Halaman Payment
Menampilkan halaman pembayaran dari transaksi pembelian barang yang sudah di pesan, terlihat pada gambar 11.

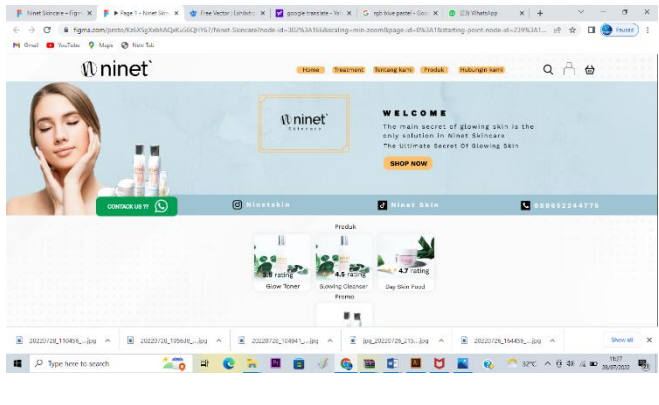
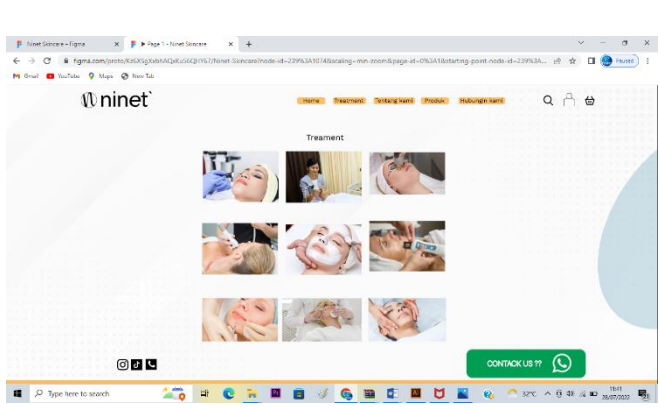


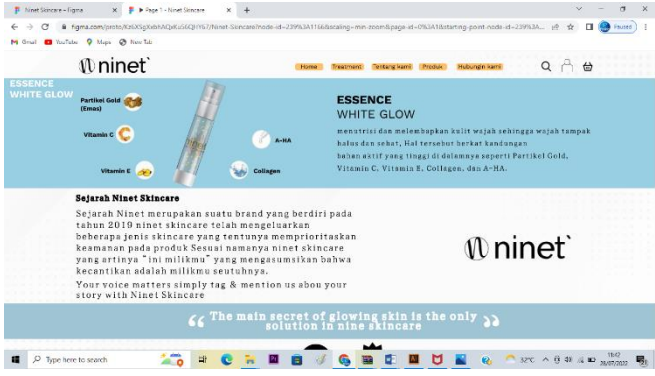
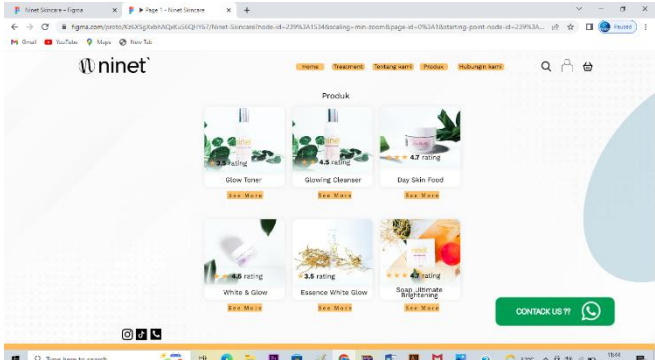
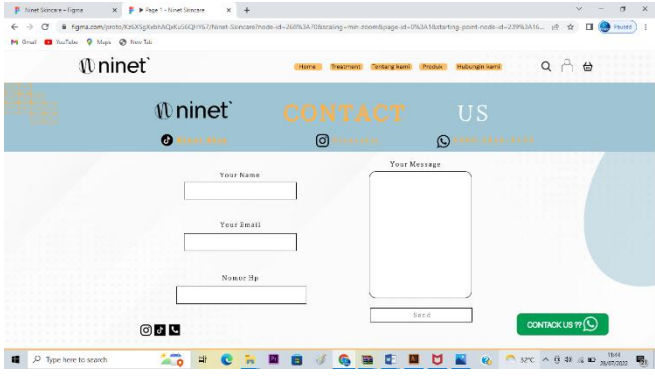
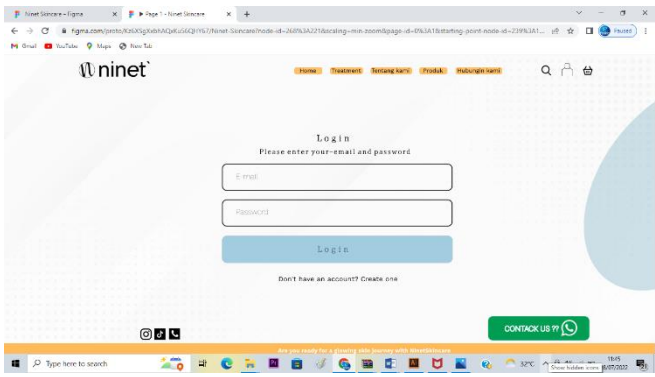
Gambar 11. Rancangan Halaman Payment

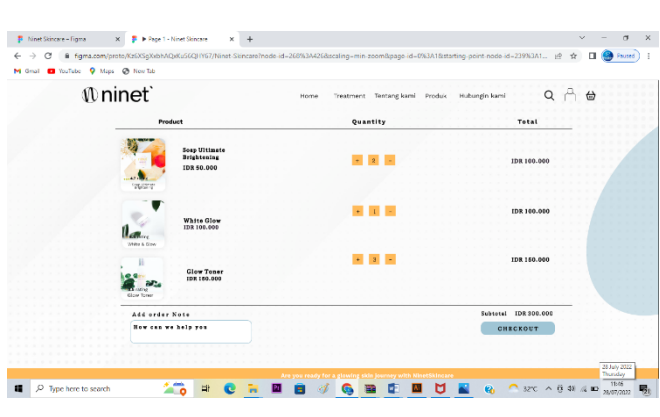
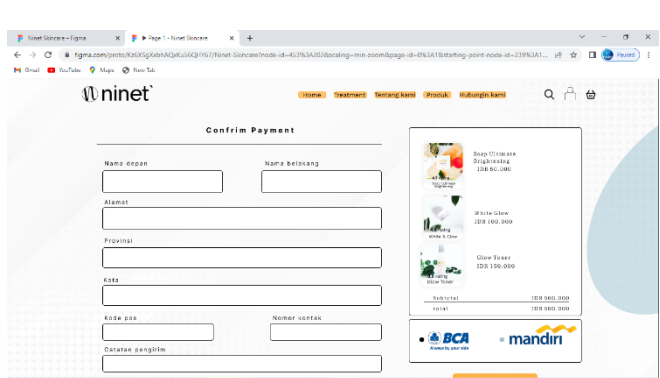
3.3 Implementation and Test

Setelah struktur navigasi dan rancangan dibuat, langkah selanjutnya adalah implementasi perancangan storyboard. Berikut ini adalah storyboard untuk perancangan media promosi produk Ninet Skincare seperti terlihat pada tabel 1.

Tabel 1. Implementasi dan Test Rancangan

No	Halaman	Keterangan
1		Tampilan awal website ini berisikan selection Banner produk, Discount, Payment, Footer
2		Pada selection berikutnya menampilkan sebuah gambar treatment yang menyambung ke about us

<p>3</p>		<p>Lalu di bagian Tentang kami ada tampilan banner dan informasi tentang perusahaan</p>
<p>4</p>		<p>Kemudian tampilan selanjutnya adalah menampilkan beberapa produk Ninet yang disalurkan ke education produk jenis kulit wajah</p>
<p>5</p>		<p>Tampilan berikutnya menampilkan banner Contact us from data customer, Permasalahan kulit customer yang di alami oleh customer</p>
<p>6</p>		<p>Tampilan berikutnya menampilkan sebuah navigasi login untuk para konsumen</p>

7		berikutnya sebuah navigasi untuk memasukan barang yang di inginkan kedalam keranjang yang disalurkan ke pembayaran
8		Berikut adalah tampilan untuk payment ke halaman transaksi pembelian barang yang sudah di pesan

IV. KESIMPULAN

Perancangan media promosi Ninet Skincare dengan menggunakan model Fountain berbasis web menggambarkan pendekatan inovatif dalam membangun citra merek kecantikan. Dengan fokus pada penggunaan model Fountain, proyek ini menawarkan alur informasi yang terus mengalir, menciptakan pengalaman online yang menarik dan berinteraksi. Desain web responsif memastikan aksesibilitas yang optimal dari berbagai perangkat, memungkinkan pengguna untuk menjelajahi produk-produk unggulan Ninet Skincare dengan mudah. Melalui fitur interaktif, seperti kuis kecantikan dan tutorial perawatan kulit, media promosi ini tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai platform yang memberikan nilai tambah bagi pengguna.

Selain itu, proyek ini menonjolkan komitmen Ninet Skincare terhadap keberlanjutan dan nilai-nilai merek yang dihadirkan melalui informasi tentang praktik ramah lingkungan. Dengan demikian, perancangan media promosi ini bertujuan untuk membangun hubungan yang kuat antara merek dan konsumen, menciptakan pengalaman yang personal, edukatif, dan positif dalam merawat dan memahami kebutuhan perawatan kulit.

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan maka saran untuk perkembangan aplikasi dimasa depan adalah sebagai berikut: pastikan bahwa desain web responsif memberikan pengalaman pengguna yang lancar dan menarik, memastikan aksesibilitas dari berbagai perangkat dengan kecepatan pemuatan yang cepat, gunakan konten visual yang menarik untuk menyorot produk unggulan Ninet Skincare. Pilih gambar dan grafik berkualitas tinggi yang mencerminkan keunggulan produk dan menciptakan daya tarik visual, lebih lanjut tingkatkan keterlibatan pengguna melalui fitur-fitur interaktif, seperti kuis kecantikan atau simulasi produk. Hal ini dapat menciptakan ikatan lebih kuat antara pengguna dan merek, meningkatkan partisipasi aktif, manfaatkan model Fountain untuk menyesuaikan konten secara dinamis sesuai dengan preferensi pengguna. Tawarkan rekomendasi produk yang dipersonalisasi berdasarkan jenis kulit atau kebutuhan perawatan khusus, sertakan metrik keterlibatan pelanggan untuk melacak sejauh mana pengguna berinteraksi dengan media promosi. Analisis data dapat memberikan wawasan berharga untuk penyesuaian lebih lanjut dan peningkatan strategi promosi, selain mempromosikan produk, sertakan konten edukatif tentang perawatan kulit dan manfaat produk Ninet Skincare. Ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pemahaman mereka tentang produk,

jelaskan dengan jelas komitmen Ninet Skincare terhadap praktik ramah lingkungan dan nilai-nilai merek. Ini dapat membangun citra merek yang positif di mata konsumen yang peduli lingkungan dan integrasikan opsi untuk berbagi konten atau testimonial melalui media sosial. Mendorong pengguna untuk berbagi pengalaman mereka dengan produk Ninet Skincare dapat memperluas jangkauan promosi. Dengan menggabungkan elemen-elemen ini, perancangan media promosi dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik merek Ninet Skincare secara online.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Sukristiani, H. Hayatunnufus, and Y. Yuliana, “Pengetahuan Tentang Kosmetika Perawatan Kulit Wajah Dan Riasan Pada Mahasiswi Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang,” *J. Home Econ. Tour.*, vol. 7, no. 3, Art. no. 3, Sep. 2014, Accessed: Dec. 11, 2023. [Online]. Available: <https://ejournal.unp.ac.id/index.php/jhet/article/view/4325>
- [2] M. Marhamah, S. Ujiani, and M. Tuntun, “Kemampuan Sabun Antiseptik Cair yang Mengandung Triclosan yang Terdaftar di BPOM dalam Menghambat Pertumbuhan Bakteri *Escherichia coli*,” *J. Kesehat.*, vol. 10, no. 1, Art. no. 1, May 2019, doi: 10.26630/jk.v10i1.1228.
- [3] A. Nauman, Y. A. Qadri, M. Amjad, Y. B. Zikria, M. K. Afzal, and S. W. Kim, “Multimedia Internet of Things: A Comprehensive Survey,” *IEEE Access*, vol. 8, pp. 8202–8250, 2020, doi: 10.1109/ACCESS.2020.2964280.
- [4] “New Media/Internet Research Topics of the Association of Internet Researchers: The Information Society: Vol 21, No 4.” Accessed: Dec. 11, 2023. [Online]. Available: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01972240500189232>
- [5] D. S. Puspitarini and R. Nuraeni, “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI,” *J. Common*, vol. 3, no. 1, Art. no. 1, Aug. 2019, doi: 10.34010/common.v3i1.1950.
- [6] Y. I. Chandra, D. Gustina, and S. Sutarno, “Perancangan Sistem E-Commerce F&B di Fresh Time Jakarta Menggunakan Model V Berbasis Web Mobile,” *J. Esensi Infokom J. Esensi Sist. Inf. Dan Sist. Komput.*, vol. 6, no. 2, Art. no. 2, Oct. 2022, doi: 10.55886/infokom.v6i2.499.
- [7] Y. I. Chandra, M. D. Lusita, and M. H. Ekasari, “Rancang Bangun Aplikasi Informasi Puskesmas Berbasis Web Mobile (Studi Kasus : Puskesmas Tanah Abang),” *Tekinfo J. Bid. Tek. Ind. Dan Tek. Inform.*, vol. 23, no. 2, Art. no. 2, Oct. 2022.
- [8] P. Kruchten, *The Rational Unified Process: An Introduction*. Addison-Wesley Professional, 2004.
- [9] P. Kroll and P. Kruchten, *The Rational Unified Process Made Easy: A Practitioner’s Guide to the RUP*. Addison-Wesley Professional, 2003.
- [10] L. V. Manzoni and R. T. Price, “Identifying extensions required by RUP (rational unified process) to comply with CMM (capability maturity model) levels 2 and 3,” *IEEE Trans. Softw. Eng.*, vol. 29, no. 2, pp. 181–192, Feb. 2003, doi: 10.1109/TSE.2003.1178058.
- [11] P. Kruchten, “Tutorial: introduction to the rational unified process®,” in *Proceedings of the 24th International Conference on Software Engineering*, in ICSE ’02. New York, NY, USA: Association for Computing Machinery, Mei 2002, p. 703. doi: 10.1145/581339.581455.
- [12] H. Mohd *et al.*, “A secured e-tendering model based on rational unified process (RUP) approach: inception and elaboration phases,” *Int. J. Supply Chain Manag. IJSCM*, vol. 5, no. 4, Art. no. 4, Dec. 2016.